

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций**

---

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.11.02 Копирайтинг в PR**

---

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки:**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

---

(код и наименование направления подготовки)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Связи с общественностью**

---

(наименование (специализация) ОП ВО)

**2023 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR» является овладение систематизированными знаниями, умениями и навыками, формирующими индикаторы компетенций, предполагающие получение студентами теоретических знаний об этапах написания PR-текста, его редактировании; о жанрах PR-текстов; развитие у обучающихся базовые навыки написания PR-текстов; подготовку студентов к практической деятельности в сфере связей с общественностью.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

| Шифр | Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)  |
|------|--|--|
| ПК-1 | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)                                      | ПК-1.1. Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью |
|      |  | ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии   |
|      |  | ПК-1.3. Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций   |
| ПК-2 | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам) | ПК-2.1. Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта   |
|      |  | ПК-2.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта  |
|      |  | ПК-2.3. Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами  |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR» относится к дисциплинам (модулям) по выбору 13 (ДВ.13).

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR».

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

*Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины*

| <b>Шифр</b> | <b>Наименование компетенции</b>  | <b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>                              | <b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b> |
|-------------|--|---|---|
| ПК-1        | Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам)                                      | История рекламы и связей с общественностью                                      | Преддипломная практика                          |
| ПК-2        | Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам) | Основы маркетинга, Технологии производства в рекламе и связях с общественностью | Преддипломная практика                          |

#### **4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR» составляет 4 зачетных единицы.

*Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения*

| Вид учебной работы                               | ВСЕГО,<br>ак.ч. | Семестр    |   |   |   |   |   |            |
|--|-----------------|------------|---|---|---|---|---|------------|
|  |                 | 1          | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7          |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | 34              |            |   |   |   |   |   | 34         |
| Лекции (ЛК)                                      | 17              |            |   |   |   |   |   | 17         |
| Лабораторные работы (ЛР)                         | -               |            |   |   |   |   |   | -          |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 17              |            |   |   |   |   |   | 17         |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 92              |            |   |   |   |   |   | 92         |
| <i>Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.</i>         | 18              |            |   |   |   |   |   | 18         |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | ак.ч.           | <b>144</b> |   |   |   |   |   | <b>144</b> |
|  | зач.ед.         | <b>4</b>   |   |   |   |   |   | <b>4</b>   |

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения

| Вид учебной работы                               | ВСЕГО,<br>ак.ч. | Семестр(-ы) |   |     |            |
|--|-----------------|-------------|---|-----|------------|
|  |                 | 5           | 6 | ... | 9          |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | 34              |             |   |     | 34         |
| в том числе:                                     |                 |             |   |     |            |
| Лекции (ЛК)                                      | 17              |             |   |     | 17         |
| Лабораторные работы (ЛР)                         |                 |             |   |     |            |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 17              |             |   |     | 17         |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 76              |             |   |     | 76         |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 34              |             |   |     | 34         |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | ак.ч.           | <b>144</b>  |   |     | <b>144</b> |
|  | зач.ед.         | <b>4</b>    |   |     | <b>4</b>   |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела (темы)  | Вид учебной работы* |
|---------------------------------|--|---------------------|
| Раздел 1. Введение в дисциплину | Тема 1.1. Копирайтинг и его теоретические основания<br>Определение копирайтинга. Границы современного копирайтинга. Спичрайтинг и копирайтинг. Бриф и взаимодействие с заказчиком. | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2. Жанры PR-текстов      | Тема 2.1. Оперативно-новостные жанры<br>Характеристика жанров первичных рг-текстов: оперативно-новостные жанры   | ЛК, СЗ              |
|                                 | Тема 2.2. Исследовательски-новостные жанры<br>Характеристика жанров первичных рг-текстов: исследовательско-новостные жанры   | ЛК, СЗ              |
|                                 | Тема 2.3. Фактологические и исследовательские жанры<br>Характеристика жанров первичных рг-текстов: фактологические и исследовательские жанры                                       | ЛК, СЗ              |
|                                 | Тема 2.4. Образно-новостные жанры<br>Характеристика жанров первичных рг-текстов: образно-новостные жанры   | ЛК, СЗ              |
|                                 | Тема 2.5. Комбинированные рг-тексты<br>Пресс-кит, буклет, брошюра, ньюслеттер, листовка.   | ЛК, СЗ              |
|                                 | Тема 2.6. Медiateксты<br>Тексты в кинематографе, радио, ТВ, Интернете. Медиаобразование. Медиакритика. Медийная психология. Медиасоприятие   | ЛК, СЗ              |
|                                 | Тема 2.7. Смежные тексты<br>Резюме. Пресс-ревью.   | ЛК, СЗ              |

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|---------------|---|--|
| Лекционная    | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; | демонстрационное оборудование:<br>мультимедийный   |

| Тип аудитории                          | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)   |
|--|---|--|
|  | доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.   | проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).   |
| Семинарская                            | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.                       | демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный). |
| Компьютерный класс                     | Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___ шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. | демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный). |
| Для самостоятельной работы обучающихся | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.  | демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный). |

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Музыкант В.Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скнарев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 274 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064>

2. Пономарева А.М. Креатив и копирайтинг : учебник : [16+] / А. М. Пономарева ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – 2-е изд., испр. и доп. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – 268 с. :

ил., табл. – Режим доступа: по подписке. –  
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=568146>

*Дополнительная литература:*

1. Волкова И.И. Копирайтинг: теория и практика производства заказных текстов [Текст/электронный ресурс] : Учебно-методический комплекс / И.И. Волкова. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2013. - 157 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3459>
2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. // <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

1. Курс лекций по дисциплине Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR».

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины Б1.В.ДВ.11.02 «Копирайтинг в PR» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Введение в специальность» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,

характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=295484>

**РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Заведующая кафедрой  
рекламы и бизнес-  
коммуникаций**

Должность, БУП



Подпись

**Трубникова Н.В.**

Фамилия И.О.